



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi kian mudah didapat dan diakses oleh masyarakat luas. Kemunculan media massa berperan sebagai penghubung masyarakat dengan banyaknya informasi dan ilmu pengetahuan. Sepuluh tahun yang lalu, media arus utama masih menguasai pasar. Namun, media massa sudah tergeser dengan kehadiran media *online*.

Sekarang informasi bisa diperoleh hanya dari ponsel dalam genggaman. Akses yang mudah ini membuat masyarakat tak lagi mengandalkan televisi, surat kabar, maupun radio. Hanya dalam hitungan menit—bahkan detik—semua orang bisa mengakses berita kapan saja di mana saja.

Media *online* jadi solusi penyebaran informasi yang tepat bagi generasi Z yang akrab dengan dunia internet. Terlebih saat ini di Indonesia sudah banyak keluarga muda yang tidak lagi berlangganan surat kabar dan mempercayakan informasi pada media *online* dan dapat memilih topik sesuai dengan yang diinginkan (Ishwara, 2011, p. 16).

Ciri khas media *online* ialah kecepatan yang sekaligus menjadi keunggulan, sebab berbeda dengan media tradisional, media *online* dapat menyajikan berita secepat mungkin pada khalayak. Unsur ‘segera’ ini membuat informasi yang penting bisa segera sampai ke pembaca. Di sisi lain, kecepatan media siber dalam menampilkan berita bisa menjadi kelemahan jika tak dibarengi dengan akurasi. Kompetisi yang ketat antar media *online* membuat kebiasaan cek dan ricek berita kerap dinomorduakan (Prastya, 2012, pp. 163-172).

Seiring dengan kecanggihan teknologi dan kebebasan pers, angka pertumbuhan media massa khususnya media *online* di Indonesia semakin melejit naik. Menurut Dewan Pers, dalam Nashrillah (2018) jumlah media siber mencapai sekitar 43.300. Jumlah yang besar ini ternyata belum dibarengi dengan banyaknya

media *online* yang sudah terverifikasi. Tercatat media *online* profesional yang lolos seleksi hanya 168 di tahun 2015—salah satu yang populer adalah detikcom. Media *online* yang tergabung dalam PT Trans Digital Media tersebut sudah memiliki status terverifikasi administrasi.

Media detikcom yang merupakan pionir hadirnya media *online* di Indonesia menerapkan strategi untuk menarik pembaca dengan menyediakan keanekaragaman konten. Detikcom terkenal dengan produk berita yang cepat tayang (*breaking news*). Portal berita utamanya terbagi atas beberapa kanal, yakni detikNews, detikFinance, detikSport, detikHot, detikInet, detikHealth, Wolipop, detikFood, detikTravel, detikOto, detikX, detikFoto, dan 20Detik. Bukan hanya tulisan saja yang ditawarkan, tetapi juga foto dan video. Hal ini menyangkut kebutuhan para pembaca yang menginginkan informasi secara cepat dan beragam seiring dengan semakin canggihnya teknologi.

Dengan tuntutan untuk menghasilkan karya jurnalistik yang cepat dan multiplatform, jurnalis juga dituntut untuk mempunyai keahlian lain selain menulis atau dalam kata lain, kemampuan multimedia. Menurut Robinson (2011, p. 35) multimedia menawarkan bentuk baru dari narasi berita yang dapat menarik pembaca melalui pengalaman sensoriknya ketimbang teks yang satu dimensi. Multimedia ini misalnya di bidang fotografi, videografi, desain infografis, dan lain sebagainya. Kemampuan ini juga dibutuhkan di redaksi detikcom.

Salah satu jenis jurnalisme adalah jurnalisme kesehatan. Produk jurnalisme kesehatan berperan sebagai penyebar hasil penelitian-penelitian medis yang kemudian beritanya menjadi sumber pengetahuan baru bagi khalayak luas (Adibi, Keshvari, Shahnazi, & Yamani, 2018, pp. 14-17).

Penyebaran berita kesehatan melalui web dianggap mempunyai kelebihan tersendiri. Menurut Schwitzer (2009, pp. 6-7), web punya potensi untuk menyebarkan berita kesehatan secara lebih luas, lebih mendalam, dan dapat memuat komponen *link* (tautan) atau lainnya yang tak bisa disertakan pada media jenis lain. Perkembangan *web* untuk memuat berita kesehatan turut mendukung multimedia interaktif serta bisa mengagregasikan berita kesehatan dari belahan dunia lain.

Media detikcom mempunyai kanal kesehatan yang disebut detikHealth. Kanal tersebut memuat produk jurnalisme kesehatan, seperti berita kesehatan terkini, fenomena kesehatan yang sedang viral, dan ragam lainnya yang juga dikemas secara multimedia (video dan infografis).

Peran jurnalis dibutuhkan guna menggerakkan kinerja suatu redaksi. Menurut Tebbel dalam Ishwara (2011, p. 46), wartawan masa kini harus bekerja merangkap sebagai perencana (*planner*), periset (*researcher*), pelapor (*reporter*), penulis (*writer*), penyunting (*editor*), serta administrator. Kerja rangkap atau *multitasking* ini juga ditambah dengan keharusan untuk bisa menangani pelbagai peralatan teknologi. Hal tersebut turut dilaksanakan oleh para reporter detikHealth.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis meyakini bahwa detikcom adalah tempat yang ideal untuk belajar. Dengan melakukan kerja magang di media *online* detikcom, penulis dapat mengetahui bagaimana bekerja di situasi yang penuh tekanan dan dalam ritme kerja yang cepat, serta mengetahui proses produksi berita dari awal hingga tayang di *web*. Selain itu, magang juga mendukung penulis untuk mengoptimalkan keahlian multimedia yang lain. Harapannya, penulis akan lebih siap dengan keahlian multimedia saat nantinya terjun ke dunia jurnalistik profesional.

Tak hanya sebagai tempat belajar, penulis juga mengaplikasikan materi kuliah yang sudah didapat dari semester 1 hingga semester 6 di redaksi detikcom. Penulis turut mengembangkan kemampuan menulis dan mendapat ide-ide segar yang sesuai dengan gaya redaksi.

Kanal detikHealth menjadi pertimbangan penulis untuk melakukan kerja magang karena ingin mendapat pengetahuan baru tentang ilmu-ilmu kesehatan dan belajar menuliskannya agar bisa diterima khalayak, serta mengasah *soft skill* yang tidak didapat dari pengajaran di kelas. Melalui laporan kerja magang ini, berdasarkan pengalaman yang didapat, penulis dapat menjelaskan bagaimana detikHealth sebagai kanal kesehatan detikcom memproduksi sebuah berita. Bagi penulis, proses dari penugasan hingga penyuntingan tersebut layak dibagikan ke pembaca sehingga memahami bagaimana sebuah redaksi media *online* yang

terkenal dengan produk *breaking news* bisa menghasilkan berita, terutama di kanal *lifestyle*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di kanal kesehatan detikcom selama 64 hari atau sekitar 3 bulan. Penulis mulai terhitung magang sejak 16 Agustus 2019 hingga 16 November 2019. Setiap minggu, penulis melakukan kerja magang rata-rata 5 hari kerja sebagai reporter di kanal detikHealth. Hari masuk antara lain Senin, Rabu, Jumat, dan Minggu. Namun, di akhir pekan kadang menyesuaikan dengan kebutuhan redaksi untuk masuk pada hari Sabtu.

Selama bekerja magang, penulis masuk di antara jam yang berbeda, karena tidak ada jam pasti. Meski begitu, penulis bekerja 8 jam sehari, yakni rata-rata pukul 10.30-18.30 WIB. Selain liputan, pekerjaan lain yang dilakukan oleh penulis adalah menyadur atau bekerja sama dengan reporter lain dalam membuat konten. Semuanya melalui koordinasi antara penulis dan editor atau antara reporter yang ditunjuk sebagai mentor penulis.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis pada awalnya melakukan penggalian informasi mengenai media-media *online* yang sedang membuka lowongan magang sebagai reporter. Hal tersebut dilakukan mulai bulan Juni 2019 dengan cara menelusuri media sosial dan portal resmi perusahaan terkait, bertanya langsung pada senior dan teman-teman, serta menghubungi pihak media melalui surel. Selanjutnya, mulai mengirim lamaran kerja magang via surel lalu menunggu hasilnya.

Atas rekomendasi senior, penulis mengirimkan lamaran ke detikcom langsung pada redaktur pelaksana detikHealth, AN Uyung Pramudiarja pada 8 Juli 2019. Tiga hari kemudian, yaitu 11 Juli 2019, penulis diterima sebagai reporter magang detikHealth setelah melalui tahap wawancara dengan AN Uyung.

Selama proses pencarian hingga diterima magang, penulis menyiapkan kelengkapan berkas magang, seperti Kartu Magang (KM-01) untuk mendapat persetujuan mengenai tempat magang dari Kepala Program Studi Jurnalistik F.X.

Lilik Dwi Mardjianto, kemudian lanjut mendapatkan form KM-02 sebagai pengantar ke perusahaan media PT Trans Digital Media yang menaungi detikcom. Selanjutnya ada form KM-03 sampai KM-07 yang nantinya penulis isi selama magang berlangsung.

Karena harus mengikuti ketentuan Kartu Magang dari Prodi Jurnalistik, penulis baru terhitung magang secara resmi mulai tanggal 16 Agustus 2019 dan memperpanjang masa magang yang tadinya berakhir Oktober, menjadi 16 November 2019. Pekerjaan penulis di detikHealth diawasi langsung oleh AN Uyung Pramudiarja. Sedangkan untuk bimbingan magang dan bimbingan pembuatan laporan dilakukan oleh Ratna Ariyanti selaku dosen pembimbing magang.